

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konten digital adalah konten dalam berbagai format profesi yang memproduksi suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dua lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media digital, seperti youtube, Instagram, blogger komputer dan mudah dikirim atau dibagi melalui media-media digital. Media digital juga beragam, mulai dari email, blog, website, podcast hingga media-media sosial yang kini telah menjadi bagian dalam hidup manusia modern sehari-hari.

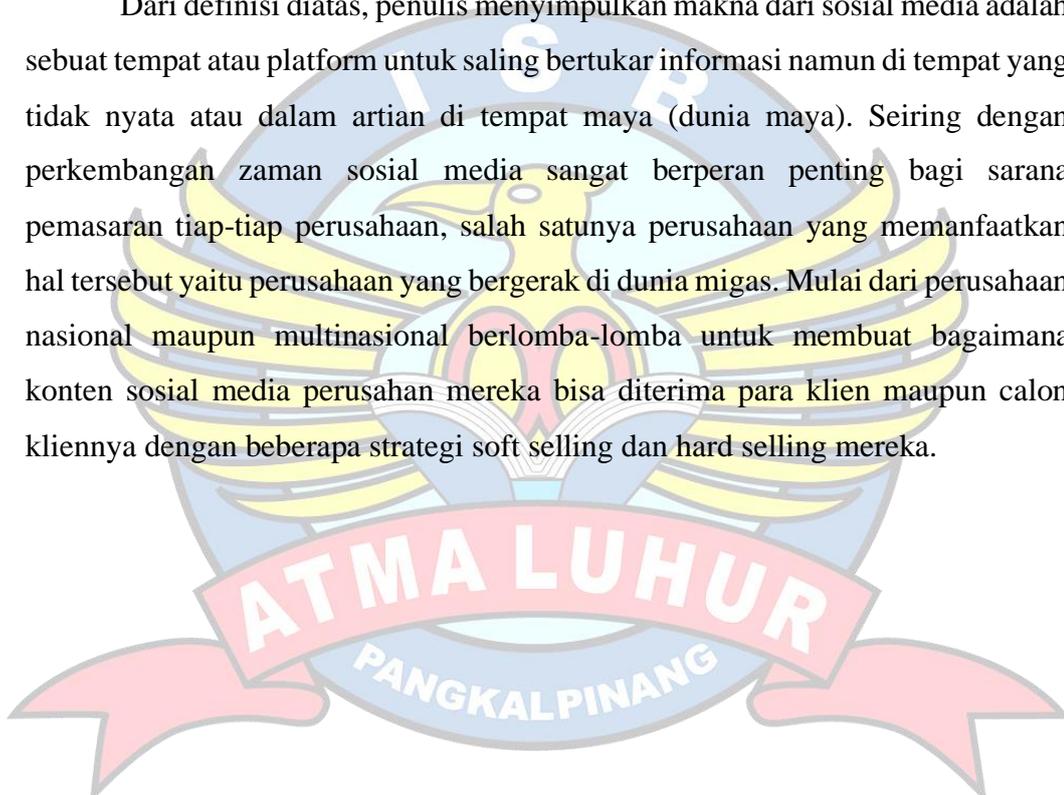
Pada era digital saat ini, dikenal istilah "*it's a minute by minute world*", dimana konten akan selalu berkembang dan berubah setiap harinya. Maka dari itu, apa yang viral hari ini belum tentu besok masih menjadi topik yang ,seringkali diperbincangkan. Saat ini masyarakat Indonesia semakin gemar dalam mengakses berbagai macam konten digital melalui internet. Hal ini tentu dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan startup yang ada di Indonesia dalam menyampaikan pesan dengan memanfaatkan brand yang dimiliki karena tingginya konsumsi konten digital yang ada di Indonesia.

Untuk mendukung hal diatas, Institut Sains Bisnis (ISB) Atma Luhur Pangkal Pinang telah membentuk suatu team kreative yang mengembangkan konten digital yang diberi nama KAWAGAWI TV. Sehingga mahasiswa yang berkompeten di bidang ini dapat menyalurkan bakatnya sekaligus membangun dunia digital yang ada di kampus mau pun diluar kampus.

Seiring berjalannya zaman membuat persaingan perusahaan yang bergerak dibidang migas semakin berputar otak bagaimana cara memasarkan jasa atau produknya dengan baik, salah satunya dengan cara melakukan pemasaran di sosial media. Dikutip dari buku Media Sosial milik Nasrullah (2015:11) menurut Van Djik (2013) Sosial media merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi para pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkolaborasi maupun

beraktifitas, karena itu sosial media dapat dilihat sebagai medium atau perantara online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial memiliki kekuatan *pada user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Sedangkan menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari definisi diatas, penulis menyimpulkan makna dari sosial media adalah sebuah tempat atau platform untuk saling bertukar informasi namun di tempat yang tidak nyata atau dalam artian di tempat maya (dunia maya). Seiring dengan perkembangan zaman sosial media sangat berperan penting bagi sarana pemasaran tiap-tiap perusahaan, salah satunya perusahaan yang memanfaatkan hal tersebut yaitu perusahaan yang bergerak di dunia migas. Mulai dari perusahaan nasional maupun multinasional berlomba-lomba untuk membuat bagaimana konten sosial media perusahaan mereka bisa diterima para klien maupun calon kliennya dengan beberapa strategi soft selling dan hard selling mereka.



1.2 Tujuan Magang Kerja

Berikut adalah tujuan yang penulis ingin capai dalam pelaksanaan magang, sebagai berikut:

- a. Memenuhi persyaratan mata kuliah magang program studi Teknik Informatika ISB Atma Luhur.
- b. Memberikan dan menambah kemampuan mahasiswa melalui kesepadanan pengetahuan yang diperoleh dengan fenomena yang ada Kawagawi TV.
- c. Mengaplikasikan ilmu dan teori sesuai dengan konsentrasi peserta Magang yg dimiliki.

1.3 Manfaat Magang Kerja

Adapun pelaksanaan magang ini memberikan manfaat untuk kedua belah pihak terkait, berupa:

1. Manfaat bagi mahasiswa

- a. Sebagai persiapan sebelum terjun langsung ke dunia kerja.
- b. Kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan.
- c. Mempelajari ilmu baru yang didapatkan sebagai pengalaman dan bekal untuk menjalani jenjang karir selanjutnya
- d. Memahami praktik media kreatif khususnya editing video dan design yang diterapkan oleh perusahaan.

2. Manfaat bagi perusahaan

- a. Memberikan manfaat kepada mahasiswa untuk mengenal lebih dalam tentang perusahaan tersebut
- b. Perusahaan mendapat bantuan tenaga tambahan dari mahasiswa yang melakukan magang.

- c. Memberikan bahan evaluasi kepada perusahaan mengenai design dan editing video untuk kebutuhan sosial media perusahaan sesuai kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa.
- d. Membantu dan memberikan inovasi dalam hal pekerjaan sesuai bidang yang dijalankan.

